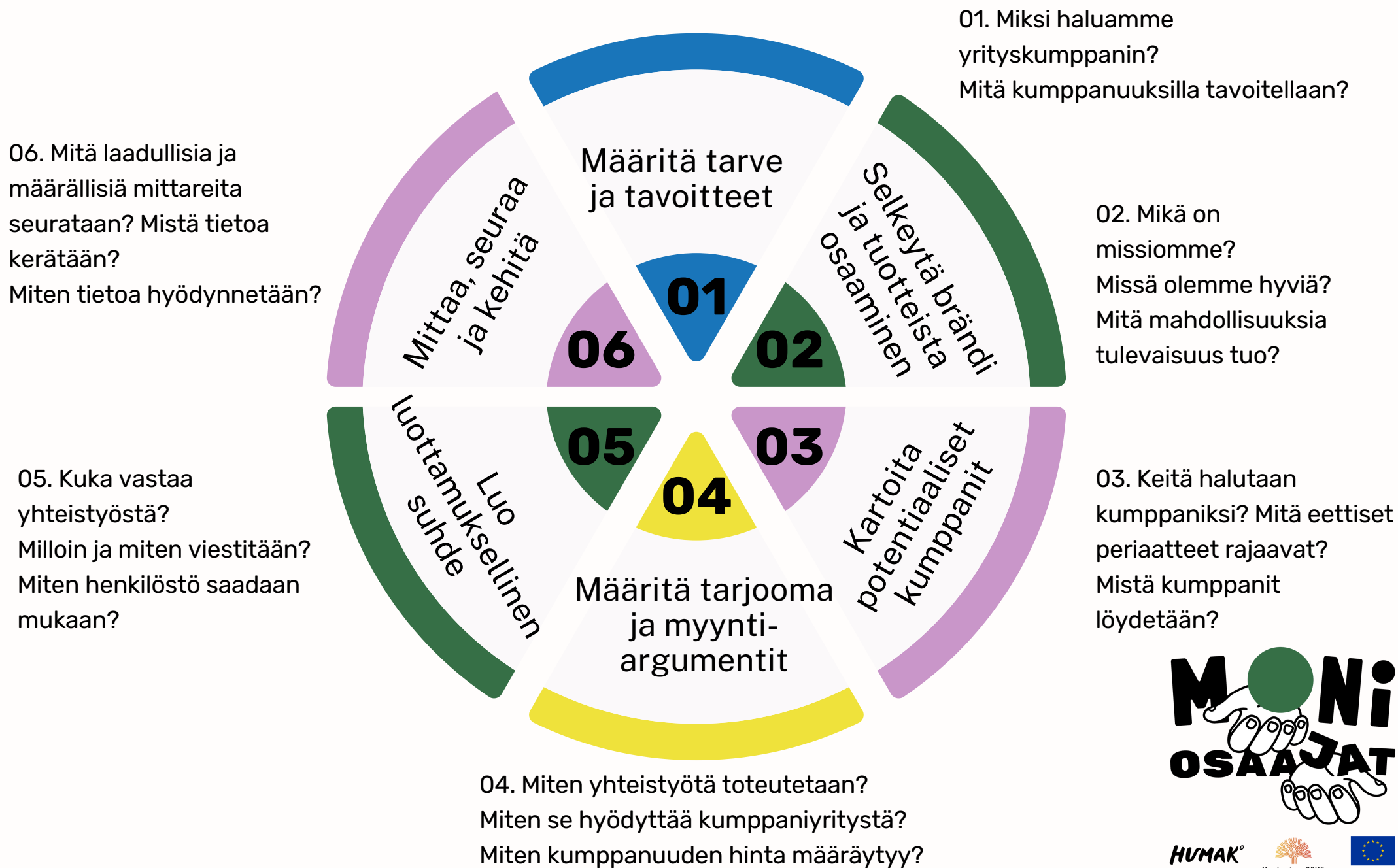


# KUMPPANUUSSTRATEGIAMALLI



HUMAK®



# 01 Määritä tarve ja tavoitteet

**TEHTÄVÄ:** Miettikää miksi etsitte kumppania ja mitä haluatte yritysyhteistyöllä saavuttaa. Tavoitteen tulee olla konkreettinen ja realistinen, ja sen saavuttamiselle on hyvä määrittää aikataulu.

**VINKKI:** Miettikää aineellisten (esim. raha ja tuotteet) lisäksi myös aineettomia (esim. osaaminen ja näkyvyys) hyötyjä.

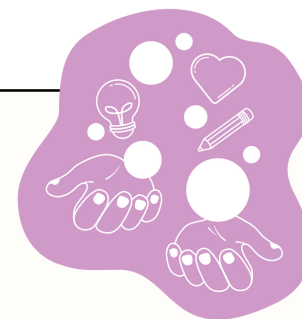
Tavoitteita voi myös miettiä eri näkökulmista (esim. työntekijät / jäsenet / yhteiskunta / sidosryhmät)  
Isot tavoitteet kannattaa pilkkoa osiin!

**ESIMERKKI:** Järjestämme yläkoululaisille elokuussa harrastushakutapahtuman, jonka kautta 100 nuorta pääsee kokeilemaan itselleen mieleistä lajia.

## Tavoitteemme yritysyhteistyölle:

Tavoite 1:

Tavoite 2:



# 02 Selkeyttä brändi ja tuotteista osaaminen

**TEHTÄVÄ:** Miettikää, mitkä ovat organisaationne vahvuudet ja heikkoudet. Entä minkälaisia toimintaympäristöön tai asenneilmapiiriin liittyviä mahdollisuuksia ja haasteita tunnistatte?

**VINKKI:** Miettikää mitä osaamista teillä on, minkälaisia mielikuvia organisaatioonne liitetään, ja miten toimintanne vertautuu muihin saman alan toimijoihin. Voitte myös kysyä ulkopuolista näkemystä avuksi.

**ESIMERKKI:** Vahvuus - laaja harrastustarjonta / Heikkous - Huono somenäkyvyys / Mahdollisuus - Alueella asuu paljon kohderyhmäikäisiä / Uhka - Kilpailevat ajanviettotavat

| Vahvuudet | Heikkoudet | Mahdollisuudet | Uhat |
|-----------|------------|----------------|------|
|           |            |                |      |

## 03 Kartoita potentiaaliset kumppanit

**TEHTÄVÄ:** Keskustelkaa ensin, onko olemassa toimialoja, joiden kanssa ette tee yhteistyötä eettisistä tai muista syistä.

**VINKKI:** Apua voitte löytää esimerkiksi organisaationne arvoista! Usein kumppanelle myös luvataan yksinoikeus tietyltä toimialalta.

**TEHTÄVÄ:** Kirjoittakaa ylös mahdollisimman monta yhteistyökumppaniksi soveltuvaa yritystä. Sopikaa myös jatkotoimenpiteet, eli miten asiaa edistetään (kuka, miten, milloin).

**VINKKI:** Tässä voi hyödyntää kaikkien organisaation työntekijöiden sekä luottamushenkilöiden verkostoja. Yrityksen toimintaan ja arvoihin kannattaa tutustua nettisivujen kautta ennen yhteydenottoa.

**ESIMERKKI:** Vakuutusyhtiö. Hilla Hallituslainen soittaa toukokuun loppuun mennessä ja sopii tapaamisen. Puhelun jälkeen Hilla lähettää esittelymateriaalit kirjallisena.

| Listaus potentiaalisista kumppaneista: | Sovitut jatkotoimenpiteet: |
|----------------------------------------|----------------------------|
| 1. _____                               | 1. _____                   |
| 2. _____                               | 2. _____                   |

# 04 Määritä tarjooma ja myyntiargumentit

**TEHTÄVÄ:** Kirjoittakaa yhteistyöesitys mahdollisimman konkreettiseen muotoon (mitä tehdään ja miten yritys hyötyy yhteistyöstä). Jos olette pitkällä suunnittelussa, voitte miettiä myös yhteistyön hinnoittelua.

**VINKKI:** Palatkaa kohdassa 02 määriteltyihin vahvuuksiin ja mahdollisuuksiin, joista rakentuu aineellinen ja aineeton tarjooma. Kirjoittakaa perustelut aina yrityksen näkökulmasta.

**ESIMERKKI:** Vakuutusyhtiö tarjoaa tilat tapahtumalle ja saa mainostaa jäsenlehdessämme vapaa-ajan vakuutuksia. Vakuutusyhtiö tavoittaa kauttamme potentiaalisia uusia asiakkaita.

**VINKKI:** Brändi, tarjooma ja myyntiargumentit kannattaa työstää esimerkiksi visuaaliseen Power Point-muotoon, jotta ne on helppo esitellä yritykselle.

## Yhteistyöehdotus:

## Esimerkki kululaskelmasta:

Työtunnit:\_\_\_

Markkinointimateriaalit:\_\_\_

Logonkäyttöoikeus:\_\_\_

Mainostila jäsenlehdessä:\_\_\_

Sisäiset ja ulkoiset koulutukset:\_\_\_

Muut kulut:\_\_\_

Myös riskit kannattaa huomioida hinnoittelussa!



# 05 Luo luottamuksellinen suhde

**TEHTÄVÄ:** Sopikaa, kuka vastaa organisaatiossanne yhteistyöstä. Keskustelkaa yhdessä siitä, millä keinoin luottamusta voi rakentaa. Jos teillä on aikaisempaa kokemusta kumppanuuksista, voitte myös käydä läpi mitä olette oppineet niistä. Ottakaa tämän sivun tarkastuslistat talteen, jotta voitte hyödyntää niitä uuden kumppanuuden alkaessa!

**VINKKI:** Luottamuksen syntyminen edellyttää avointa viestintää sisäisesti, sidosryhmille sekä kumppaniorganisaatioiden välillä. Viestinnän pelisäännöt kannattaa sopia yhdessä. Kumppanuudesta tulee silti tehdä myös kirjallinen sopimus!



## Tarkastuslista sopimuksen tekoon:

Yhteistyön tarkoitus: \_\_

Mitä osapuolet saavat yhteistyöstä: \_\_

Sopimuksen voimassaoloaika: \_\_

Milloin sopimuksessa mainitut toimenpiteet:  
toteutetaan: \_\_

Osapuolien vastuut, oikeudet ja rajoitteet: \_\_

Ohjeet erimielisyyksien ratkomiseen: \_\_

Tieto mahdollisista sanktioista: \_\_

Käyttäkää tarvittaessa juridista apua!

## Tarkistuslista viestintään:

Yhteistyöstä on tehty kirjallinen sopimus: \_\_

Viestinnän pelisäännöt on sovittu: \_\_

Yhteistyöstä on viestitty sidosryhmille: \_\_

Yhteistyöstä on viestitty henkilökunnalle: \_\_

Yhteistyöstä on viestitty jäsenille: \_\_

Mediatiedote on tehty (tarvittaessa): \_\_

Väli- / loppuraportin deadline: \_\_

Yhteistyöstä meillä vastaa: \_\_\_\_\_

# 06 Mittaa, seuraa ja kehitä

**TEHTÄVÄ:** Miettikää, miten tiedätte onnistuneenne kumppanuuksissa.  
Mitä tietoa tarvitsette ja miten tieto kerätään?

**VINKKI:** Miettikää sekä laadullisia että määrällisiä tavoitteita.  
Miettikää myös, mitä tietoa keräätte jo nyt (esimerkiksi jäsenmäärä, someseuraajat)  
ja miten niitä voi hyödyntää mittaamisessa.



**ESIMERKKI:** 1) Tavoite - Tapahtumaan osallistuu 100 nuorta / Mittaus - Osallistujamäärä  
2) Tavoite - Tapahtuman osallistujat ovat tyytyväisiä / Mittaus - Palautekysely

**VINKKI:** Mittareita on hyvä tarkastella kumppanuuden aikana, jotta toimenpiteitä voidaan muokata tarvittaessa. Kumppanuudesta on hyvä tehdä myös jonkinlainen raportti, joka auttaa tulevien kumppanuuksien suunnittelussa.

| Tavoite: | Mittaus: |
|----------|----------|
| 1. _____ | 1. _____ |
| 2. _____ | 2. _____ |